

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN CABAI RAWIT DOMBA (*capsicum frutescens* L.) DI PASAR MANIS KABUPATEN CIAMIS

FACTORS AFFECTING THE PURCHASE OF 'LAMB' CAYENNE (Capsicum Frutescens L.) AT PASAR MANIS, CIAMIS

Oleh:

Vega Chendra Mulyana¹ Yayah Haeriah² Wendi Juliawan³

E-mail:

¹vcmuljana@yahoo.co.id

²yayah.63haeriah@gmail.com

³wendijuliawan50@gmail.com

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Insan Cendekia Mandiri

²Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Insan Cendekia Mandiri

³Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Insan Cendekia Mandiri

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian cabai rawit domba (*capsicum frutescens* L.). Sampel penelitian ini adalah konsumen yang sedang atau sudah membeli cabai rawit domba di Pasar Manis Ciamis. Teknik pengambilan sampel menggunakan *systematic random sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara langsung kepada responden sebanyak 96 orang. Untuk analisis data menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa secara serempak, terdapat pengaruh antara umur, pendapatan, dan jumlah anggota keluarga terhadap jumlah pembelian cabai rawit domba. Namun, secara parsial variabel yang berpengaruh terhadap jumlah pembelian cabai rawit domba adalah pendapatan dan jumlah anggota keluarga.

Kata kunci: pendapatan, jumlah anggota keluarga, jumlah pembelian, umur, cabai rawit domba.

ABSTRACT

This study aims to determine the factors that influence purchasing decisions of 'Lamb' Cayenne (Capsicum Frutescens L./ 'Cabe Rawit Domba'). The sample of this research is consumers who are or have already bought 'Lamb' Cayenne at Pasar Manis Ciamis. The sampling technique used in this research was systematic random sampling. Data collection was carried out by direct interviews with 96 respondents. This research used Multiple Linear Regression Analysis to analyze data. The results of this study indicated that there is an influence between age, income, and number of family members on the number of purchases of 'Lamb' Cayenne simultaneously. However, partially the variables that affect the number of purchases of 'Lamb' Cayenne are family income and the number of family members.

Keywords: Family income, number of family members, number of purchases, age, 'Lamb' Cayenne.

PENDAHULUAN

Cabai rawit domba (*capsicum frutescens L.*) merupakan jenis cabai yang banyak dikonsumsi. Menurut kementerian Pertanian (2016), untuk kota besar yang berpenduduk lebih dari satu juta kebutuhan cabai sekitar 800.000 ton/tahun atau 66.000 ton/bulan. Kebutuhan cabai akan meningkatkan sekitar 10-20% dari kebutuhan normal pada musim hajatan atau hari besar keagamaan.

Pada Tabel 1. Tampak bahwa produksi cabai rawit di Kabupaten Ciamis mengalami peningkatan pada tahun 2018 yang dipengaruhi juga oleh peningkatan luas panen cabai rawit di Kabupaten Ciamis. Selain luas panen, ada beberapa hal yang mempengaruhi peningkatan produksi seperti faktor internal dan eksternal pada komoditas tersebut.

Tabel 1. Produksi dan Luas Panen Cabai Rawit di Kabupaten Ciamis Tahun 2016-2020

Tahun	Produksi Cabai Rawit di Kabupaten Ciamis (kw)	Luas Panen Cabai Rawit di Kabupaten Ciamis (ha)
2016	11.898	171
2017	8.750	171
2018	19.860	239
2019	12.676	159
2020	11.703	114

Sumber: Produksi per Ha, Kabupaten Ciamis dalam angka 2021

Untuk memenuhi kebutuhan cabai tersebut, diperlukan pasokan cabai yang mencukupi. Jika pasokan cabai kurang atau lebih rendah dari kebutuhan cabai, maka akan terjadi kenaikan harga.

Tabel 2. Kebutuhan Cabai Rawit Per Tahun di Kabupaten Ciamis Tahun 2019-2020

Tahun	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Rata-Rata Konsumsi (Kg/Minggu)	Kebutuhan cabai (Kw/Tahun)
2019	1.195.100	0,0258	14.800
2020	1.201.600	0,0286	16.500

Sumber: BPS, 2020 (*diolah*)

Pada Tabel 2, tampak bahwa kebutuhan cabai rawit pada tahun 2019-2020 di Kabupaten Ciamis lebih besar dibandingkan dengan produksi cabai rawit pada tahun 2019-2020 di Kabupaten Ciamis. Hal ini dapat mempengaruhi harga cabai rawit di pasaran.

Fluktuasi harga dapat berpengaruh terhadap permintaan cabai. Fluktuasi harga dapat terus terjadi jika keseimbangan antara kebutuhan cabai rawit dengan produksi cabai masih belum stabil. Fluktuasi harga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi daya beli konsumen dalam membeli suatu produk. Pasalnya pembelian yang dilakukan konsumen sangat bergantung pada harga. Semakin tinggi harga jual suatu produk maka permintaan terhadap produk tersebut akan semakin menurun. Saat fluktuasi harga terjadi, konsumen akan memilih untuk mengurangi jumlah pembelian cabai rawit. Hal ini akan menjadi masalah bagi pedagang. Jika konsumen terus mengurangi jumlah pembelian, maka akan berdampak pada pendapatan pedagang.

Pasar Manis Ciamis merupakan salah satu pasar yang menyediakan kebutuhan pokok serta fasilitas yang memadai bagi para penjual dan pembeli dalam melakukan aktivitas jual-beli produk pasar. Di pasar ini penyediaan akan cabai terutama cabai rawit selalu ada. Ada dua jenis cabai rawit yang disediakan di Pasar Manis ini yaitu, cabai rawit hijau dan cabai rawit merah. Rata-rata konsumen memilih cabai rawit merah sebagai konsumsi nya, karena warna merah pada cabai rawit ini dapat meningkatkan selera makan nya. Salah satu jenis cabai rawit merah dikenal dengan cabai rawit putih atau cabai rawit domba. Cabai rawit domba (*Capsicum frutescens* L.), ini memiliki rasa yang sangat pedas dan memiliki ukuran yang lebih besar dibandingkan dengan cabai rawit biasa. Cabai rawit domba ini sering digunakan untuk pembuatan sambal, atau bumbu masakan sehingga, banyak konsumen cabai rawit domba terutama konsumen yang memiliki usaha kuliner pedas seperti bakso, seblak, mie ayam, dll.

Ada beberapa faktor yang diduga dapat mempengaruhi keputusan pembelian cabai rawit domba (*Capsicum frutescens* L.). Yaitu harga cabai rawit, jumlah anggota keluarga, umur, dan pendapatan. Berdasarkan uraian tersebut maka perlu melakukan penelitian yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Cabai Rawit Domba (*Capsicum frutescens* L.)”.

METODOLOGI

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan metode penelitian yang digunakan yaitu metode survei deskriptif. Menurut Sugiyono (2012), metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui beberapa cara yaitu wawancara, kuesioner, observasi lapangan, dan studi pustaka. Teknik penentuan sampel menggunakan rumus Lemeshow (1997), hal ini karena jumlah populasi tidak diketahui. Berikut rumus Lemeshow:

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Nilai standar = 1,96

p = Maksimal estimasi = 50% = 0,5

d = alpha (0,10) atau *sampling error* = 10 %

Berdasarkan rumus tersebut, maka diperoleh jumlah sampel 96 orang.

Metode pengambilan sampel adalah *Systematic Random Sampling*. *Systematic Random Sampling* adalah metode pengambilan sampel secara sistematis dengan interval (jarak) tertentu dari suatu kerangka sampel yang sudah diurutkan. Menurut Sugiyono (2012) teknik *systematic random sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah diberi nomor urut.

Hipotesis

Untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap jumlah pembelian cabai rawit, maka perlu dilakukannya analisis regresi linier berganda, dengan model persamaan:

$$Y_i = B_0 + B_1 X_{1i} + B_2 X_{2i} + B_3 X_{3i} + B_4 X_{4i} + \dots \mu_i$$

Ho: B1: B2: B3: B4 = 0, artinya tidak ada pengaruh antara Umur, Pendapatan, dan Jumlah anggota keluarga terhadap Jumlah Pembelian.

H1: B1: B2: B3: B4; ≠ 0, artinya ada pengaruh antara Umur, Pendapatan, dan Jumlah anggota keluarga terhadap Jumlah Pembelian.

Dalam M. Kharis (2020), untuk pengujian model dalam analisis regresi ada dua uji yang dipakai dalam penelitian ini, yakni uji – f atau uji serentak dan uji – t atau uji parsial.

1. Uji Serempak (Uji-f)

Uji serempak atau uji-f adalah uji yang digunakan untuk mengetahui signifikansi kontribusi antara variabel bebas secara keseluruhan dengan variabel terikat. Dalam pengujian tersebut diperlukan nilai f-hitung yang diperoleh dari hasil olah data SPSS dalam analisis regresi linear berganda.

$$F\text{-hitung} = \frac{KT - R}{KT - G}$$

Dimana:

KT- R = Kuadrat Tengah Regresi

KT-G = Kuadrat Tengah Galat

Hipotesis:

Ho = Tidak terdapat pengaruh variabel bebas (Xi) terhadap variabel terikat (Y)

H1 = terdapat pengaruh variabel bebas (Xi) terhadap variabel terikat (Y)

Kaidah keputusan:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, Maka tolak Ho dan terima H1

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, Maka terima Ho dan tolak H1

2. Uji Parsial (Uji – t)

Uji-t adalah uji yang digunakan untuk mengetahui signifikan kontribusi antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji-t ini dapat diketahui dari hasil olahan data output SPSS dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji ini dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel.

$$t\text{-hitung} = \frac{b_i - \beta_i}{Se(b_i)}$$

Dimana:

b_i = Koefisien regresi

β_i = parameter koefisien regresi

Se = Standar deviasi

Hipotesis:

H_0 = Tidak terdapat pengaruh variabel bebas (X_i) terhadap variabel terikat (Y)

H_1 = terdapat pengaruh variabel bebas (X_i) terhadap variabel terikat (Y)

Kaidah keputusan:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka Tolak H_0 , dan terima H_1 , artinya terdapat pengaruh dari variabel bebas (X_i) terhadap variabel terikat (Y).

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka Terima H_0 , dan tolak H_1 , artinya tidak terdapat pengaruh dari variabel bebas (X_i) terhadap variabel terikat (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Cabai Rawit

Cabai rawit merupakan komoditas hortikultura yang banyak digunakan masyarakat dan banyak dibutuhkan masyarakat hampir setiap harinya. Menurut Ikpeme dalam Sri *et.al*, (2020), cabai rawit merupakan salah satu tanaman hortikultura yang memiliki nilai ekonomis cukup tinggi. Cabai rawit ini tergolong dalam tanaman musiman dan termasuk dalam famili terung-terungan (*Solanaceae*). Salah satu jenis cabai rawit yang banyak diminati masyarakat Indonesia yaitu cabai rawit putih atau di daerah Jawa Barat lebih dikenal dengan “*Cengek domba*”. Menurut Cahyono (2003), jenis cabai rawit putih memiliki ciri-ciri buah berbentuk bulat agak lonjong (gemuk) dan berukuran besar, dengan panjang mencapai 3cm atau lebih dan lebar 13 mm atau lebih. Saat masih muda cabai rawit domba berwarna putih, lalu akan berubah menjadi jingga, setelah itu menjadi merah bila telah matang.

Pasar Tradisional

Menurut peraturan menteri perdagangan dalam Kharis (2020) Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara dan badan usaha milik daerah termasuk kerja sama dengan swasta dan

tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki oleh pedagang kecil, menengah, koperasi, swadaya masyarakat dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar.

Keputusan Pembelian

Menurut Sutisna dalam Aldi (2018), Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk yang diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan nya. Sedangkan menurut Susanto dalam Riki dan Ilham (2017) keputusan pembelian merupakan suatu proses dimana konsumen melalui tahapan-tahapan tertentu untuk melakukan pembelian suatu produk. Menurut J. Setiadi dalam Dasipah et.al, (2010) Proses pembelian yang spesifik terdiri dari urutan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, serta perilaku pasca pembelian. Berdasarkan definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian barang atau jasa guna memenuhi kebutuhan serta keinginan nya.

Menurut Kotler dan Keller (2009) bahwa proses pembelian diawali dari adanya konsumen yang menyadari adanya masalah kebutuhan yang dimana konsumen menyadari terdapat perbedaan antara kondisi yang sesungguhnya dengan kondisi yang diinginkan. Oleh karena itu, timbul minat untuk mencari informasi lebih banyak tentang produk yang diinginkan. Ada beberapa tempat sumber utama konsumen untuk mendapatkan informasi, yaitu:

- a. Sumber pribadi: keluarga, teman, tetangga
- b. Sumber komersial: iklan, tenaga penjual, penyalur, kemasan, pameran
- c. Sumber publik: media massa
- d. Sumber pengalaman: pernah menggunakan produk tersebut.

Selama pengambilan keputusan kriteria evaluasi konsumen akan bergantung kepada beberapa faktor yaitu pengetahuan, keterlibatan, pengaruh situasi, kesamaan alternatif pilihan, serta motivasi. Konsumen akan memutuskan alternatif yang dipilih setelah menentukan kriteria evaluasi nya.

Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian termasuk bagian dari perilaku konsumen. Keputusan pembelian adalah penentu yang akan dilakukan konsumen untuk mendapatkan kebutuhan. Adapun faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen diantaranya:

1. Umur

Umur dan siklus hidup termasuk kedalam faktor pribadi yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut Kotler (2005) bahwa kepribadian merupakan ciri psikologis manusia yang menghasilkan tanggapan yang konsisten dan bertahan lama terhadap rangsangan lingkungannya. Umur dan siklus hidup dapat membentuk pola konsumsi orang dewasa. Perbedaan usia mempengaruhi selera terhadap suatu produk.

2. Pendapatan Keluarga

Menurut Rahardja dan Manurung dalam Yuda (2011) bahwa pendapatan yang besar juga menggambarkan besarnya daya beli dari seorang konsumen. Apabila pendapatan keluarga meningkat maka kemampuan rumah tangga untuk membeli kebutuhan konsumsi rumah tangga akan semakin besar. Dengan pendapatan, konsumen bisa membiayai seluruh kegiatan konsumsi nya.

3. Jumlah Tanggungan Keluarga

Menurut Rahardja dan Manurung dalam Yuda (2011) bahwa jumlah tanggungan keluarga mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan semakin banyaknya jumlah anggota keluarga maka jumlah pembelian akan semakin tinggi.

4. Harga

Harga sangat mempengaruhi keputusan pembelian. Pasalnya, konsumen sangat bergantung pada harga saat melakukan keputusan pembelian. Seperti pada hukum permintaan, harga dapat mempengaruhi jumlah permintaan akan barang tersebut. Jika terjadi pengaruh pada permintaan, maka akan berpengaruh juga terhadap jumlah pembelian.

Hasil Analisis

Untuk mengetahui pengaruh masing-masing dari setiap variabel terhadap jumlah pembelian cabai rawit domba, dilakukan analisis regresi linier berganda dengan

menggunakan aplikasi SPSS. Berdasarkan hasil analisis regresi linier, maka diperoleh bentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -1,640 - 0,001 X_1 + 0,270 X_2 + 1,075 X_3$$

Persamaan regresi diatas, dapat dijelaskan bahwa untuk nilai konstanta sebesar -1,640. Artinya, apabila variabel lain yang bernilai konstan maka, konstanta akan bernilai -1,640.

Uji Serempak (Uji-f)

Uji serempak merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui signifikansi kontribusi antara variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel terikat. Berdasarkan hasil uji regresi dapat diketahui bahwa nilai f-hitung sebesar 41,034 dengan nilai taraf kepercayaan 95% dan f-tabel sebesar 2,73. Dari hasil pengujian diperoleh nilai f-hitung > f-tabel dengan nilai signifikansi $0.000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, artinya secara serempak ada pengaruh yang nyata antara variabel umur, pendapatan, dan jumlah anggota keluarga terhadap jumlah pembelian cabai rawit domba di Pasar Manis Ciamis.

Uji Parsial (Uji – t)

Untuk mengetahui pengaruh masing-masing dari setiap variabel terhadap jumlah pembelian cabai rawit domba, dapat membandingkan antara nilai t-hitung dengan t-tabel. Nilai t-tabel dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 5\%$) dan $df = 93$, yaitu sebesar 1,99.

a. Umur Responden (X_1)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Pasar Tradisional Manis Ciamis, diperoleh hasil analisis regresi linier berganda, menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar -0,090 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel umur terhadap jumlah pembelian konsumen pada cabai rawit domba pada taraf kepercayaan 95%. Maka untuk koefisien B_1 pada variabel umur sebesar -0.001 tidak ada artinya.

b. Jumlah Anggota Keluarga (X_2)

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa nilai t -hitung $2,482 >$ nilai t -tabel $1,99$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel jumlah anggota keluarga terhadap jumlah pembelian cabai rawit domba pada taraf kepercayaan 95% . Untuk besarnya koefisien B_2 pada variabel jumlah anggota keluarga sebesar $0,270$, artinya setiap ada kenaikan nilai pada variabel jumlah anggota keluarga sebesar 1 orang, maka akan bertambah terhadap jumlah pembelian cabai rawit domba $0,270$ kg/bulan.

c. Pendapatan (X_3)

Nilai t -hitung untuk variabel pendapatan sebesar $10,063 >$ nilai t -tabel $1,99$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel pendapatan terhadap jumlah pembelian konsumen cabai rawit domba pada taraf kepercayaan 95% . Untuk besarnya koefisien B_3 pada variabel pendapatan sebesar $1,075$, artinya setiap ada kenaikan nilai pada variabel pendapatan sebesar Rp. $1.000.000$, maka akan bertambah terhadap jumlah pembelian cabai rawit domba sebanyak $1,075$ kg/bulan.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah salah satu uji regresi yang berfungsi untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R square) memiliki nilai sebesar $0,572$. Artinya, ketepatan model yang digunakan adalah $57,2 \%$, atau $57,2 \%$ nilai Y ditentukan oleh variabel umur, jumlah anggota keluarga, dan pendapatan sedangkan sisanya $42,8 \%$ dipengaruhi oleh faktor lain. Nilai koefisien korelasi (R) $0,757$. Artinya secara serempak korelasi antara umur, pendapatan, dan jumlah anggota keluarga dengan jumlah pembelian cabai rawit domba adalah $75,7 \%$.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil uji serempak diperoleh, secara serempak ada pengaruh yang signifikan atau pengaruh yang nyata antara variabel umur, pendapatan, dan jumlah anggota keluarga terhadap variabel jumlah pembelian cabai rawit domba di Pasar Tradisional

Manis Ciamis dengan nilai f -hitung 41,034 pada taraf kepercayaan 95% dan nilai f -tabel 2,73. Pada hasil penelitian ini f -hitung $>$ f -tabel. Secara parsial variabel bebas yang berpengaruh terhadap jumlah pembelian cabai rawit domba di Pasar Manis Ciamis adalah jumlah anggota keluarga dengan nilai t -hitung 2,482 lebih besar dari pada t -tabel sebesar 1,99. Nilai t -hitung untuk pendapatan 10,063 lebih besar dari t -tabel 1,99. Maka secara parsial pendapatan berpengaruh terhadap jumlah pembelian cabai rawit domba.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldi, M. 2018. *Pengaruh perilaku konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Motor Suzuki Satria F150 pada PT. Sinar Galesong Pratama di Makassar*. Skripsi. Makassar. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- BPS.2020. *Pola Konsumsi Penduduk Jawa Barat 2020*. Badan Pusat Statistik. <https://jabar.bps.go.id>
- BPS.2020. *Produksi Tanaman Sayur 2020*. <https://www.bps.go.id/indicator/55/61/1/produksi-tanaman-sayuran.html> (diakses pada tanggal 10 Oktober 2021).
- Cahyono, B. 2003. *Cabai Rawit*. Yogyakarta: Kanisius.
- Desipah. Euis, Budiyono. Haris, Juliaeni. Meilan. 2010. *Analisis perilaku konsumen dalam pembelian produk sayuran di Pasar Modern kota Bekasi*. Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah Vol. 1 No. 2, Juli 2010.
- Karisti, Luthfia. 2010. *Sikap konsumen pasar swalayan terhadap bawang merah di kota Surakarta*. Skripsi. Surakarta. Universitas Sebelas Maret
- Kementerian Pertanian. 2016. *Outlook: Komoditas Pertanian Sub Sektor Hortikultura Cabai*. Jakarta: Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian
- Kharis, M. Sadewo. 2020. *Perilaku konsumen terhadap pembelian sayuran di pasar tradisional melati kota Medan Kecamatan Medan Tuntungan*. Skripsi. Medan. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
- Kotler, P & Keller K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran. Ed ke-13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Prehalindo. Jakarta. Cetakan ke-10, 2000, hal. 154
- Noefri. Okta, Hafifah. Andi. 2018. *Analisis perilaku konsumen dalam melakukan onlineshopping di Kota Makassar*. Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS). Vol.5, No. 1, (Januari-Juni) 2018: 113-132

Riki, Ilham Nadir. 2017. *Sikap konsumen terhadap produk sayuran di pasar Givangan kota Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*'. CV Alfabeta. Bandung